

# INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
Einführung	1
0. Problem- und Aufgabenstellung	7
I. THEORETISCHER TEIL	
1. Kommunikationsforschung	18
1.1 "Uses and Gratifications Approach"	23
1.2 Medienfunktionen	31
1.3 Die Situation des Rezipienten	35
1.4 Zusammenfassung und Kritik	38
2. Sozialisation und Massenmedien	42
2.1 Sozialisationsinstanzen	43
2.2 Mediale Sozialisation	48
2.3 Zusammenfassung	55
3. Jugend und Medienkommunikation	57
3.1 Jugend und Medien	58
3.2 Jugendspezifische Medienangebote	63
3.2.1 Fernsehen	65
3.2.2 Hörfunk	68
3.2.3 Druckmedien	70
3.3 Zusammenfassung	73
II. EMPIRISCHER TEIL	
4. Ansatz und Methode der Untersuchung	75
4.1 Medienbewußtsein	76
4.2 Untersuchungsanlage	92
4.3 Leitfragen und Hypothesen	99
4.4 Zur Untersuchungsmethode	105
4.4.1 Interviewpartner	107
4.4.2 Intensivinterviews	110
4.5 Auswertungsverfahren	113
4.6 Zusammenfassung	115
5. Das Mediennutzungsverhalten von Oberstufenschülern	119
5.1 Nutzung und Nutzungsgründe	121

	Seite
5.1.1 Medien	122
5.1.2 Zeitaufwand	135
5.1.3 Nutzungsgründe	142
5.2 Nutzen und Weiterverwendung	152
5.2.1 Individueller Lebensbereich	153
5.2.2 Allgemeiner Lebensbereich	161
5.2.3 Schulischer Lebensbereich	165
5.3 Wünsche und Aktivitäten	172
5.4 Zusammenfassung	183
6. Das Mediennutzungsverhalten von Oberstufenschülern als komplexes Beziehungsgeflecht	186
6.1 Methodische Vorbemerkungen	188
6.2 Nutzung von Medien / Medienangeboten	191
6.3 Zeitliche Investitionen zur Nutzung von Medien und Medienangeboten	198
6.4 Gründe für die Mediennutzung	203
6.5 Ich-bezogene Verwertungen	208
6.6 Allgemeine Verwertungen	212
6.7 Schulische Verwertungen	218
6.8 Wünsche an Medieninhalte	220
6.9 Eigenaktivitäten	220
6.10 Der Versuch einer Rezipiententypologie	228
6.11 Zusammenfassung	238
7. Das Medienbewußtsein von Oberstufenschülern	241
7.1 Methodische Vorbemerkungen	243
7.2 Thematisierungskompetenz	246
7.3 Selbstreflexion	251
7.4 Ausführlichkeitsindex	258
7.5 Reflexion des eigenen Mediennutzungsverhaltens	266
7.6 Medienverständnis	270
7.7 Diskussion der Ergebnisse	273
8. Fazit: Das Mediennutzungsverhalten von Oberstufenschülern als bewußtes Handeln	278
8.1 Brauchbarkeit: Eine Diskussion um die Brauchbarkeit bestehender kommunikationswissenschaftlicher Konzepte zur Publikumsforschung	282
8.2 Notwendigkeit: Eine Diskussion über die Aufgaben einer kommunikationswissenschaftlichen Medienpädagogik	289

	Seite	
9.	Anhang	296
9.1	Anhang A.: Detailergebnisse zur Analysephase 2	297
9.2	Anhang B.:	338
	Ergänzende Tabellen und Statistiken	339
	Interviewleitfaden	346
	Codebogen	357
	Auflistung der genannten Zeitschriften	361
10.	Literaturverzeichnis	362